

ANALISIS PERGESERAN PERMINTAAN KONSUMEN JEROAN SAPI LOKAL DAN IMPOR DI PASAR TRADISIONAL KOTA MAKASSAR

(Analysis on Consumer Demand Friction of local and Import Offal of Cattle in Traditional Market of Makassar City)

I. M. Saleh¹⁾, M.Ridwan¹⁾ dan Ja'far²⁾

¹⁾Staf Pengajar Pada Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

²⁾Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin

ABSTRACT

This study aims to determine the friction in demand trends and the factors that cause a friction in consumer demand for local and import offal-good ex-Australia in the traditional markets of Makassar. Purposes of this research is for information and reference for our stakeholders on demand of local and import offal-good ex-Australia in the traditional markets of Makassar. The results of this study indicate that factors that cause a friction in demand for local and import offal-good ex-Australia are: product quality, affordability, accessibility and just try. Selection of local offal-good generally caused by factors of product quality (30.00%). While the types of import offal-good ex-Australia is commonly caused by the affordability of the price (39.00%). The trend friction in consumer demand switching from local offal-good type to import offal-good ex- Australia type can be seen from the degree of acquisition and loss. The results showed that the types of Local Offal-Good decreased from 47% to 42.33%. While the types of Import Offal-Good ex-Australia have increased from 53% to 57.33%. From these findings to forecast trends Import Offal-Good ex-Australia will dominate market share Offal-Good in the Traditional Market of Makassar.

Key words: Markov analysis, Cattle offal, Meat market

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan pergeseran permintaan dan faktor-faktor penyebab pergeseran permintaan konsumen jeroan sapi lokal dan jeroan sapi impor ex-Australia di pasar tradisional Kota Makassar. Penarikan sampel di dua pasar tradisional Makassar yaitu pasar Terong dan pasar Pa'baeng-baeng. Analisis data menggunakan model matematika *Markov Chain*. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pergeseran permintaan jeroan sapi lokal dan jeroan sapi impor ex-Australia adalah kualitas produk, keterjangkauan harga, aksesibilitas dan sekedar mencoba. Pemilihan jeroan sapi lokal umumnya disebabkan oleh faktor kualitas produk (30,00%). Sedangkan jenis Jeroan Sapi Impor ex-Australia umumnya disebabkan keterjangkauan harga (39,00%). Kecenderungan pergeseran permintaan konsumen berpindah dari jenis Jeroan Lokal ke Jeroan Impor ex-Australia dapat dilihat dari derajat perolehan dan kehilangan. Hasil yang diperoleh menunjukkan jenis Jeroan Lokal mengalami penurunan dari 47%

menjadi 42,%. Sedangkan jenis Jeroan Impor ex Australia mengalami peningkatan dari 53% menjadi 57,33%. Dari hasil temuan tersebut dapat diramalkan kecenderungan Jeroan Impor ex-Australia akan menguasai pangsa pasar Jeroan Sapi di Pasar Tradisional Makassar.

Kata kunci: Analisa Markov, Jeroan, Pasar tradisional

PENDAHULUAN

Masa globalisasi merupakan suatu masa dimana batas-batas negara sudah bukan merupakan hambatan untuk dapat melakukan transaksi perdagangan. Setiap negara mau atau tidak mau, siap atau tidak siap harus menghadapi masa tersebut. Untuk menghadapi masa tersebut, maka setiap negara harus melakukan kesiapan diri baik dalam hal mental, sikap maupun tindak nyata sangat diperlukan. Hal ini pula dialami oleh negara kita, sebagai negara dengan jumlah penduduk yang tidak kurang dari 200 juta jiwa yang merupakan pasar potensial untuk pemasaran berbagai produk.

Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan pendapatan masyarakat yang semakin meningkat, berdampak pada kesadaran masyarakat akan semakin perlunya mengkonsumsi pangan bergizi tinggi. Salah satu produk yang banyak dikonsumsi masyarakat khususnya di Sulawesi Selatan adalah produk jeroan sapi. Sulawesi Selatan merupakan salah satu wilayah yang memiliki kebiasaan mengkonsumsi bahkan dapat dikatakan sebagai budaya mengkonsumsi jeroan, yang terlihat dari berbagai jenis makanan khas tradisional yang berasal dari jeroan, seperti coto. Kenyataan ini tentunya menjadikan peluang pasar yang cukup besar bagi pemasaran jeroan sapi. Hal tersebut tentunya didukung pula oleh semakin meningkatnya jumlah penduduk yang tentunya berdampak pada peningkatan permintaan jeroan. Tetapi tingginya permintaan tersebut jelas tak mungkin terpenuhi dari produksi jeroan sapi lokal. Dimana produksi jeroan lokal yang ada di Sulawesi Selatan saat ini mengalami penurunan. Hal ini sesuai dengan pendapat Mustang (2009) yang menyatakan bahwa pada awal tahun 1990-an Sulawesi Selatan merupakan salah satu sentra produksi ternak potong atau lumbung ternak sapi potong yang terbesar di Indonesia setelah Provinsi Jawa Timur. Populasi sapi pada periode tersebut mencapai 1.235.975 ekor dan dapat menyuplai kebutuhan nasional. Akan tetapi selama lima tahun terakhir yaitu periode tahun 2002 sampai dengan 2006 populasi ternak sapi potong mengalami penurunan sebanyak -2,63% per tahun, dimana pada tahun 2006 populasi ternak sapi di Sulawesi Selatan menjadi 637.128 ekor.

Penurunan populasi ternak sapi potong menyebabkan penurunan jumlah jeroan lokal yang di jual di Sulawesi Selatan. Oleh karena itu, pemerintah memutuskan untuk melakukan impor jeroan sapi agar dapat memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat dimana rata-rata permintaan konsumen (15 ton/hari). Masuknya jeroan impor ke Indonesia, khususnya di Sulawesi Selatan tentunya akan berdampak buruk terhadap jenis jeroan lokal.

Dalam 5 tahun terakhir (2002-2006) kenaikan impor daging sapi rata-rata mencapai 26,65% per tahun, sedangkan jeroan 111,8% per tahun. Ketua Badan Pertimbangan Organisasi Himpunan Kerukunan Tani Indonesia (HKTI) Siswono Yudhohusodo, yang mengutip data Statistik Peternakan 2007, mengungkapkan pada

tahun 2002 impor jeroan sapi masih 80,8 ton, namun pada tahun 2006 menjadi 470,6 ton. Sedangkan menurut data dari Asosiasi Pengusaha Importir Daging Indonesia (Aspidi), Impor jeroan jumlahnya mencapai 20.000 ton dari total keseluruhan impor daging dan jeroan yang sebesar 50.000 ton per tahun.

Meningkatnya angka impor jeroan sapi yang dilakukan Indonesia dari tahun ketahun menunjukkan peningkatan yang signifikan, impor tersebut mencakup jantung, hati, paru dan limpa. Selain menurunnya produksi jenis jeroan lokal, salah satu faktor yang menyebabkan tingginya permintaan terhadap jeroan Impor adalah faktor harga. Dimana harga Jeroan Impor jauh lebih murah dibandingkan Jeroan lokal. Perbedaan harga yang cukup signifikan ini tentu saja sangat menggiurkan dan menarik bagi konsumen atau pelaku usaha (pedagang coto) karena mereka bisa menjual produknya dengan harga yang lebih murah dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Berdasarkan hal tersebut di atas maka akan dilakukan penelitian tentang analisis pergeseran permintaan konsumen jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kecenderungan dan faktor yang menyebabkan pergeseran permintaan konsumen Jeroan Sapi Lokal dan Jeroan Sapi Impor di Pasar Tradisional Makassar.

MATERI DAN METODE

Waktu dan tempat

Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu bulan Juni sampai dengan Agustus 2009 di Pasar Tradisional Makassar. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) dengan pertimbangan bahwa Pasar Tradisional Makassar merupakan salah satu tempat para konsumen melakukan pembelian jeroan sapi baik lokal maupun impor di Makassar.

Jenis penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif yaitu menggambarkan atau menguraikan pergeseran permintaan konsumen terhadap jeroan sapi lokal dan jeroan sapi impor dengan melakukan pendekatan wawancara langsung pada konsumen yang melakukan pembelian/permintaan jeroan sapi lokal dan jeroan sapi impor di Pasar tradisional Makassar.

Populasi dan sampel

Populasi terdiri dari subjek dan objek, dimana subjeknya adalah konsumen yang melakukan pembelian jeroan sapi baik jeroan sapi lokal maupun jeroan impor yang ada di Pasar Tradisional Makassar. Objek penelitian adalah variabel penelitian yaitu pergeseran permintaan konsumen Jeroan Sapi Lokal dan Jeroan Sapi Impor di Pasar Tradisional Makassar.

Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan dengan mempertimbangkan kesiapan responden untuk diwawancarai pada 2 Pasar Tradisional terbesar dan mewakili 2 wilayah di Kota Makassar yaitu Pasar Terong dan Pasar Pa'baeng-baeng. Penarikan sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden yaitu 50 responden di Pasar Terong dan 50 responden di Pasar Pa'baeng-Baeng Makassar. Penetapan sampel sebanyak 100 responden diasumsikan, bahwa konsumen yang melakukan pembelian di Pasar Tradisional Makassar jumlahnya tidak tetap setiap harinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Hair (1998) bahwa penentuan jumlah populasi yang tak diketahui di anjurkan di atas 30 sampel dan untuk bisnis, sampel sekitar 100 dianggap memadai.

Metode pengumpulan data

- a. Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung terhadap kondisi lokasi penelitian, serta berbagai aktivitas pedagang dalam melakukan penjualan Jeroan Sapi baik lokal maupun impor.
- b. Wawancara yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan pihak pedagang serta pembeli atau pelanggan yang melakukan pembelian jeroan sapi baik lokal maupun impor di Pasar Tradisional tersebut.

Jenis dan sumber data

Jenis data:

- a. Data kualitatif, yaitu data yang berupa kalimat, tanggapan yang diberikan oleh pihak pedagang atau responden mengenai pembelian/permintaan jeroan sapi lokal dan jeroan sapi impor di Pasar Tradisional Makassar, menyangkut keadaan umum lokasi penelitian dan keadaan responden.
- b. Data kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka berdasarkan hasil kuisioner dari pembelian/permintaan konsumen meliputi jumlah permintaan, harga pembelian, kualitas, pendapatan dan lain sebagainya, yang dilakukan oleh konsumen di Pasar Tradisional Makassar.

Sumber data:

- a. Data Primer yaitu data yang bersumber dari hasil wawancara langsung dengan pedagang meliputi identitas responden, jumlah pembelian/permintaan, harga pembelian, kualitas, pendapatan dan lain sebagainya.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait, Perusahaan Daerah Pasar Kota Makassar dan lain sebagainya yang telah tersedia, seperti gambaran umum lokasi, sejarah singkat dan lain sebagainya.

Analisis data

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan statistik deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif. Untuk mengetahui pergeseran permintaan konsumen jeroan sapi lokal dan impor di Pasar Tradisional Makassar

digunakan pendekatan matematika menggunakan *Markov Chain* seperti yang dikemukakan oleh (Siswanto, 2006) sebagai berikut:

$$K_{t(j)} = P \times K_{t(j-1)}$$

Dimana :

$K_{t(j)}$ = persentase pangsa pasar yang dikuasai oleh masing-masing jenis jeroan sapi lokal dan impor

$t(j)$ = periode Ke (kurun waktu penguasaan pangsa pasar masing-masing jenis jeroan sapi lokal dan impor

P = Probabilitas transisional, sebagai probabilitas suatu jenis jeroan sapi lokal dan impor akan tetap menguasai para pelanggannya.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pergeseran permintaan konsumen jeroan sapi lokal dan impor di Pasar Tradisional Makassar digunakan statistik deskriptif dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya pergeseran permintaan jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Banyaknya jenis usaha yang sama mengakibatkan semakin tingginya tingkat persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar yang potensial yang menjadi target market dari setiap jenis usaha yang ada. Pengaruh dari perkembangan dunia usaha saat ini telah membawa pelaku dunia usaha ke persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh perhatian para konsumen untuk lebih mempercayai produk yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis tersebut, berbagai cara serta pendekatan bisa dilakukan untuk mendapatkan simpati konsumen dalam arti luas masyarakat, baik melalui peningkatan mutu produk yang dihasilkan atau produk yang berkualitas, kemudahan konsumen untuk mendapatkan produk, serta harga dari produk tersebut.

Ketika menggunakan pendekatan ekonomi untuk menganalisa permintaan konsumen terhadap suatu barang, maka yang dilakukan adalah menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan barang itu sendiri. Begitupula halnya dengan pemasaran Jeroan Sapi Lokal dan Impor di Pasar Tradisional Makassar, tinggi rendahnya permintaan konsumen dipengaruhi oleh faktor tersebut. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pergeseran permintaan Jeroan Sapi Lokal Dan Impor Di Pasar Tradisional Kota Makassar, dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan bahwa konsumen bergeser memilih jeroan lokal karena kualitas (30%), sedangkan konsumen memilih jeroan impor karena harga murah (39%). Kemudahan memperoleh jeroan lokal (19%) juga mempengaruhi konsumen dalam memilih jeroan lokal. Pertimbangan lain yang menyebabkan konsumen bergeser memilih jeroan impor adalah untuk coba-coba (10%). Kelebihan jeroan lokal dalam hal kualitas dan ketersediaan menyebabkan konsumen memilih untuk mengonsumsi jeroan lokal. Jeroan impor, karena harganya murah, maka konsumen cenderung untuk

memilihnya. Menurut Dipta (2009), pada era ini persaingan menjadi semakin ketat. Siapa yang kuat, yang efisien, yang memasarkan produk dan jasa yang berkualitas sesuai dengan tuntutan pasar dialah yang akan memenangkan persaingan. Sumarwan (2002) mengemukakan bahwa harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian konsumen Indonesia yang masih berpendapatan rendah. Harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan dalam memilih produk atau jasa.

Tabel 1. Faktor-faktor yang mengakibatkan terjadinya pergeseran permintaan jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis Jeroan	Faktor yang Menyebabkan Pergeseran	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jeroan Lokal	✓ Harga Terjangkau	1	1,00
	✓ Produk Berkualitas	30	30,00
	✓ Mudah Diperoleh	19	19,00
	✓ Sekedar Coba-coba	-	-
	✓ Lain-lain	-	-
Jeroan Impor	✓ Harga Terjangkau	39	39,00
	✓ Produk Berkualitas	1	1,00
	✓ Mudah Diperoleh	-	-
	✓ Sekedar Coba-coba	10	10,00
	✓ Lain-lain	-	-
Total		100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Tabel 2 menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penyebab naik turunnya permintaan terhadap suatu produk. Semakin meningkatnya harga suatu produk maka permintaan akan produk tersebut menurun, begitu pula sebaliknya. Hal ini tidak jauh berbeda dengan permintaan akan jeroan sapi di pasar tradisional Makassar. Tabel 2 menunjukkan bahwa jenis jeroan impor memiliki permintaan konsumen lebih tinggi (53,00%) dibandingkan jenis jeroan lokal (47,00%). Hal ini dipengaruhi harga jenis jeroan impor relatif lebih murah dibanding harga Jeroan Lokal. Hal ini sesuai dengan pendapat Carolina (2009) yang menyatakan bahwa konsumen akan membatasi jumlah barang yang dibelinya bila harga dan barang jasa tertentu yang dia inginkan terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen tersebut akan menggeser permintaannya, kepada barang pengganti (barang substitusi) yang harganya lebih murah. Harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk. Seperti halnya dalam membeli produk jeroan baik jeroan lokal maupun jeroan impor faktor harga sangat diperhatikan oleh konsumen, dimana pada Tabel 2 terlihat bahwa permintaan jeroan impor lebih tinggi dibanding jeroan lokal karena harga jeroan impor lebih murah. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2001) yang menyatakan bahwa bagi pembeli harga memberikan dampak ekonomis. Dampak ekonomis tersebut berkaitan dengan daya beli, sebab harga merupakan biaya (*cost*) bagi pembeli. Semakin tinggi harga, semakin sedikit

produk yang bisa mereka beli. Sebaliknya, semakin rendah harga semakin banyak produk yang bisa mereka beli.

Tabel 2. Jumlah responden yang melakukan permintaan jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis jeroan	Harga jeroan (Rp/kg)	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Lokal	40.000-45.000	47	47,00
Impor	25.000-30.000	53	53,00
Jumlah		100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada Tabel 1 dan 2, diketahui bahwa produk jeroan lokal dipersepsikan lebih berkualitas dibandingkan dengan jeroan impor. Hal ini disebabkan jeroan lokal yang dijual di pasar-pasar Tradisional masih segar dibanding dengan jeroan impor. Jeroan lokal diambil dari RPH kemudian langsung dijual sehingga dagingnya masih segar. Berbeda halnya dengan Jeroan impor sudah dikemas dalam bentuk beku. Kelebihan jeroan impor sehingga permintaanya lebih tinggi adalah karena harga jeroan impor lebih murah dibanding jeroan lokal. Murahannya harga jeroan impor ini disebabkan jeroan impor yang masuk ke Pasar-Pasar Tradisional jumlahnya sudah tidak terkendali lagi. Dimana di negara-negara asal jeroan impor ini tidak ada nilainya karena tidak dikonsumsi oleh masyarakat di sana. Hal ini sesuai dengan pendapat Rukka (2008) bahwa daging dan jeroan impor sangat tidak terkendali masuk ke pasar tradisional. Hal ini terutama disebabkan, daging-daging dan jeroan impor tersebut, umumnya tuna nilai di negara asalnya (misalnya; by produk RPH berupa daging dalam bentuk tetelan atau *trimming* dan jeroan).

Adapun tujuan konsumen melakukan pembelian jeroan sapi lokal dan impor di Pasar Tradisional Makassar dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tujuan konsumen melakukan pembelian jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis Jeroan	Tujuan Pembelian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jeroan Lokal	✓ Dikonsumsi sendiri	36	36,00
	✓ Dijual dalam bentuk yang sama	8	8,00
	✓ Dijual dalam bentuk olahan	-	6,00
	✓ Lainnya	-	-
Jeroan Impor	✓ Dikonsumsi sendiri	1	1,00
	✓ Dijual dalam bentuk yang sama	6	6,00
	✓ Dijual dalam bentuk olahan	43	43,00
	✓ Lainnya	-	-
Total		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah 2010

Tabel 3 menunjukkan, bahwa tujuan konsumen dalam melakukan pembelian jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar adalah untuk dikonsumsi sendiri dan dijual dalam produk olahan. Sebagai contoh untuk jenis jeroan lokal, tujuan konsumen melakukan pembelian adalah untuk dikonsumsi sendiri, dimana pada Tabel 3 lebih banyak konsumen yang memilih tujuan dikonsumsi sendiri yaitu (36,00%) sedangkan sebagian kecil konsumen yang memilih dijual dalam bentuk yang sama (8,00%), dan dijual dalam bentuk olahan (6,00%). Tingginya konsumen yang tujuan pembeliannya untuk dikonsumsi sendiri disebabkan sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian jeroan sapi lokal masih mementingkan kualitas produk. Produk yang berkualitas akan memberikan ketertarikan tersendiri bagi konsumen untuk mengkonsumsinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2001) bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya. Dimensinya meliputi daya tahan dan keandalan (kemampuan suatu produk untuk selalu dalam keadaan baik atau siap pakai). Jadi kualitas produk harus disesuaikan dengan posisi produk dalam pasar agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Tabel 3 juga menunjukkan posisi jeroan impor yang lebih banyak konsumen memilih untuk tujuan dijual dalam bentuk produk olahan (43,00%). Sebagian kecil konsumen yang memilih dijual dalam bentuk yang sama (6,00%), dan dikonsumsi sendiri (1,00%). Tingginya konsumen yang tujuan pembeliannya untuk dijual dalam bentuk produk olahan, disebabkan sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian jeroan sapi impor memiliki jenis pekerjaan penjual Bakso dan Coto. Jenis pekerjaan yang dimiliki responden dapat mempengaruhi terhadap jumlah pembelian jeroan sapi yang dibelinya. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2002) bahwa pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pemasar harus dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk mereka.

Analisis pergeseran permintaan jeroan sapi lokal dan impor

Pangsa pasar jeroan

Pangsa pasar jenis jeroan menunjukkan besarnya persentase bagian masing-masing jenis jeroan dalam pemasarannya. Pangsa pasar merupakan hal yang sangat penting diketahui oleh setiap perusahaan untuk dapat menerapkan strategi yang tepat. Dengan mengetahui pangsa pasar yang diperoleh, maka akan dapat ditentukan posisi jenis suatu produk yaitu *market leader*, *market follower*, atau *market nicher*. Adapun pangsa pasar awal dari jenis jeroan lokal dan impor pada pasar tradisional Makassar dapat kita lihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pangsa pasar jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis Jeroan	Pangsa Pasar
Jeroan Lokal	47,00
Jeroan Impor	53,00
Jumlah	100,00

Sumber : Data primer yang diolah 2010

Tabel 4 menunjukkan bahwa adanya perbedaan pangsa pasar dari kedua jenis jeroan tersebut. Tingginya persentase pangsa pasar awal dari jenis jeroan impor (53) dipengaruhi oleh semakin meningkatnya permintaan konsumen akan produk tersebut. Hal ini disebabkan harga jeroan sapi impor relatif lebih murah dibanding harga jeroan sapi lokal. Hal ini sesuai dengan pendapat Wilson (2007) yang menyatakan, bahwa permintaan suatu barang berkaitan dengan jumlah permintaan ke atas suatu barang pada tingkat harga tertentu. Konsumen dapat menentukan jumlah barang yang dikonsumsi tergantung pada harga barang tersebut. Pada umumnya semakin tinggi harga suatu barang, maka semakin sedikit jumlah permintaan ke atas suatu barang tersebut.

Tabel 4 juga menunjukkan jeroan impor lebih menguasai pangsa pasar dibanding dengan jeroan lokal. Seharusnya yang menguasai pangsa pasar adalah jeroan lokal karena merupakan produk dalam negeri, tetapi yang terjadi malah sebaliknya jeroan impor justru berhasil merebut pangsa pasar jeroan lokal. Hal ini harus mendapat perhatian khusus dari pemerintah agar dapat mempertahankan pangsa pasar jeroan lokal. Salah satu tindakan yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah melakukan pengawasan terhadap pengiriman jeroan impor dan mengurangi pasokan jeroan impor yang masuk ke dalam negeri. Wewenang untuk mengawasi pengiriman daging dari luar negeri adalah pemerintah daerah tingkat I dan II. Hal ini sesuai dengan pendapat Rukka (2008), bahwa menurut Kepmentan No. 745/Kpts/TN.240/12/1992 tentang Pemasukan dan Pengawasan Daging dari Luar Negeri bahwa pemerintah daerah tingkat I dan II (Pemerintah kota, kabupaten dan provinsi) memiliki kewenangan melakukan pengawasan peredarannya di daerah.

Pergeseran permintaan jenis jeroan

Pergeseran permintaan jenis jeroan merupakan proses dimana terjadi perpindahan konsumen dari satu jenis ke jenis yang lain. Banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi pergeseran permintaan suatu produk seperti harga terjangkau, produk yang berkualitas, dan kemudahan dalam memperoleh membuat individu atau instansi yang terkait akan bersaing dalam memperebutkan pangsa pasar. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Teori *Markov Chains* dimana teknik ini dapat memperkirakan perubahan-perubahan waktu dimasa yang akan datang serta menganalisis kejadian-kejadian pada pergeseran permintaan jenis jeroan di pasar tradisional Makassar. Pergeseran permintaan jeroan lokal dan impor di pasar tradisional Makassar dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Pergeseran permintaan jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis Jeroan	Jumlah Responden	Perolehan		Kehilangan	
		J.Impor	J.Lokal	J. Impor	J. Lokal
Jeroan Impor	53	-	35	-	10
Jeroan Lokal	47	10	-	35	-
Jumlah	100	10	35	35	10

Sumber. Data primer yang diolah 2010

Tabel 5 menunjukkan bahwa adanya perbedaan perolehan dan kehilangan pangsa pasar dari kedua jenis jeroan tersebut, dimana jeroan impor memiliki jumlah responden sebanyak 53 orang. Jenis jeroan impor memperoleh pangsa pasar dari jenis jeroan lokal sebanyak 35 orang, tetapi disamping itu, jenis jeroan impor juga kehilangan responden ke jenis jeroan lokal sebanyak 10 orang responden. Jenis jeroan lokal kehilangan responden ke jeroan impor sangat banyak yaitu 35 orang, sedangkan jenis jeroan impor cuma kehilangan responden sebanyak 10 responden. Banyaknya responden jenis jeroan lokal yang berpindah atau bergeser ke jenis jeroan impor dikarenakan pengaruh murahness harga dari jenis jeroan Impor dibandingkan jenis jeroan lokal. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (2005) yang menyatakan bahwa terjadinya pergeseran permintaan diakibatkan pengaruh harga produk lain, pendapatan para pembeli dan berbagai faktor bukan harga lainnya mengalami perubahan, maka perubahan ini akan menyebabkan kurva permintaan bergeser atau berpindah ke kanan atau ke kiri.

Berdasarkan uraian tersebut diketahui bahwa banyak konsumen jeroan lokal yang berpindah atau bergeser ke jenis jeroan impor. Dalam mengkonsumsi suatu produk seorang konsumen dapat beralih ke merek lain terutama jika merek lain dari produk yang sejenis didapati adanya perubahan. Seperti halnya dalam mengkonsumsi produk jeroan baik jeroan lokal maupun jeroan impor, konsumen yang pada awalnya mengkonsumsi jeroan lokal berpindah ke jeroan impor karena adanya perbedaan harga dimana harga jeroan impor lebih murah. Hal ini sesuai dengan pendapat Simamora (2001) yang menyatakan bahwa *Brand Loyalty* (loyalitas merek) merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek atau produk. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seseorang pelanggan beralih ke merek lain, terutama jika pada merek atau jenis tersebut didapati adanya perubahan, baik menyangkut harga, pendapatan, harga substitusi, selera dan jumlah penduduk.

Setelah mengkonsumsi jeroan sapi baik jeroan lokal maupun jeroan impor konsumen mempunyai pendapat yang berbeda-beda. Adapun pendapat konsumen setelah mengkonsumsi jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pendapat konsumen setelah mengkonsumsi jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis Jeroan	Pendapat Setelah Mengkonsumsi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jeroan Lokal	✓ Memuaskan	39	39,00
	✓ Cukup memuaskan	11	11,00
	✓ Tidak memuaskan	-	-
	✓ Lainnya	-	-
Jeroan Impor	✓ Memuaskan	14	14,00
	✓ Cukup memuaskan	36	36,00
	✓ Tidak memuaskan	-	-
	✓ Lainnya	-	-
Total		100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Tabel 6 menunjukkan bahwa pendapat konsumen setelah mengkonsumsi jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar adalah memuaskan dan cukup memuaskan. Seperti untuk jenis jeroan lokal, pada umumnya pendapat konsumen adalah memuaskan dimana lebih banyak konsumen yang merasa puas setelah mengkonsumsi jeroan lokal yaitu sebanyak 39,00%, sedangkan sebagian kecil konsumen yang merasa cukup puas (11,00%). Untuk jeroan impor, lebih banyak konsumen yang merasa cukup puas yaitu (36,00%), sedangkan sebagian kecil konsumen yang merasa puas (14,00%).

Konsumen juga mempunyai pendapat yang berbeda-beda jika jenis jeroan yang akan dibeli tidak tersedia di pasar. Pendapat konsumen jika jenis jeroan yang akan dikonsumsi/dibeli tidak tersedia di pasar dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Pendapat konsumen jika jenis jeroan yang akan dikonsumsi tidak tersedia di pasar tradisional Makassar

Hal yang dilakukan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Membeli lauk lain (telur, ikan, dan ayam)	43	43,00
Membeli jeroan lokal	40	40,00
Membeli jeroan impor	17	17,00
Jumlah	100	100,00

Sumber Data primer yang diolah, 2010

Tabel 7 menunjukkan bahwa pendapat konsumen jika jenis jeroan sapi yang akan dikonsumsi tidak tersedia di pasar adalah konsumen akan membeli produk lain (barang substitusi), dimana lebih banyak konsumen yang membeli lauk lain (43,00%) sedangkan sebagian kecil konsumen yang membeli jeroan lokal (40,00%) dan jeroan impor (17,00%). Ini berarti bahwa konsumen akan mencari barang substitusi atau barang pengganti, jika barang yang ingin dikonsumsi tidak tersedia. Hal ini sesuai dengan pendapat Yasinta (2008) yang menyatakan bahwa suatu barang disebut barang substitusi terhadap barang lainnya apabila ia dapat menggantikan fungsi dari barang lain tersebut.

Peramalan Pangsa pasar produk jeroan sapi lokal dan impor di Pasar Tradisional Makassar.

Peramalan pangsa pasar jenis jeroan sapi menunjukkan seberapa besar penguasaan pasar berdasarkan kondisi pangsa pasar saat ini dan perpindahan konsumen dari satu jenis ke jenis lainnya. Dengan mengetahui peramalan pangsa pasar produknya, pelaku usaha dapat menyusun berbagai strategi pemasaran dalam merebut pasar. Peramalan pangsa pasar jenis jeroan lokal dan impor di Pasar Tradisional Makassar dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Menunjukkan bahwa peramalan pangsa pasar jeroan sapi lokal dan impor, dimana jenis jeroan lokal mengalami penurunan dan jenis jeroan impor mengalami peningkatan. Adanya peramalan pangsa pasar yang berbeda tersebut didasarkan pada jumlah kehilangan dan jumlah perolehan pelanggan pada saat

penelitian dilaksanakan. Dimana untuk jenis jeroan sapi lokal mengalami penurunan 4,67%, dari (47,00) ke (42,33) dan jenis jeroan impor mengalami peningkatan yaitu 4,63%, dari (53,00) ke (57,00).

Tabel 8. Peramalan pangsa pasar jeroan sapi lokal dan impor di pasar tradisional Makassar

Jenis jeroan	Pangsa Pasar Awal (%)	Pangsa Pasar Akhir (%)	Perkiraan Pangsa Pasar (%)
Jeroan Lokal	47,00	42,33	Turun 4,67 %
Jeroan impor	53,00	57,63	Naik 4,63 %
Jumlah	100	100,00	

Sumber : Data primer yang diolah, 2010

Meningkatnya ramalan pangsa pasar dari jenis jeroan impor dikarenakan adanya perbedaan dari segi harga dari kedua jenis jeroan tersebut, dimana harga dari jenis jeroan impor relatif lebih murah dibanding harga jeroan lokal. Hal inilah yang menyebabkan tingginya permintaan dari jeroan impor tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Carolina (2009) yang menyatakan bahwa konsumen akan membatasi jumlah barang yang dibelinya bila harga dan barang jasa tertentu yang dia inginkan terlalu tinggi, bahkan ada kemungkinan konsumen tersebut akan memindahkan konsumsi dan permintaannya, kepada barang pengganti (barang substitusi) yang harganya lebih murah.

Melihat hasil peramalan di atas maka dapat diketahui bahwa pangsa pasar jeroan akan dikuasai oleh jeroan impor. Hal ini akan berdampak buruk terhadap jenis jeroan lokal atau pedagang yang memasarkan produk lokal tersebut. Oleh karena itu diperlukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dimaksud adalah dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana keinginan konsumen agar harga jeroan lokal bisa sama dengan harga jeroan impor. Hal ini sesuai dengan pendapat Millenia (2008) yang menyatakan bahwa dalam rumusan strategi pemasaran diutamakan untuk mencapai tujuan dimana harus berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk mempertahankan pangsa pasar perusahaan dapat melakukan berbagai strategi, salah satunya adalah menurunkan harga jual produk untuk menarik second layer customer.

KESIMPULAN

1. Faktor yang menyebabkan terjadinya pergeseran permintaan jeroan lokal dan impor di pasar tradisional adalah faktor kualitas produk, harga terjangkau, mudah diperoleh, dan sekedar coba-coba. Jeroan sapi lokal pada umumnya dipilih karena faktor kualitas produk, sedangkan jenis jeroan sapi impor dipilih karena faktor harga yang terjangkau (39%).
2. Kecenderungan pergeseran permintaan konsumen di pasar tradisional Makassar berpindah dari jenis jeroan lokal ke jeroan impor, hal ini dapat dilihat dari hasil

perolehan dan kehilangan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa jenis jeroan lokal mengalami penurunan dari 47% menjadi 42,33%, sedangkan jenis jeroan impor mengalami peningkatan dari 53% menjadi 57,33%. Dari hasil tersebut maka di ramalkan bahwa jenis jeroan impor akan menguasai pangsa pasar di pasar tradisional Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Carolina. 2009. Ekonomi manajerial. <http://Carolina.Wimamadium.com>. (15 Maret 2009).
- Dipta, W. 2009. Pentingnya kualitas produk dan jasa dimata pasar dalam dan luar negeri. <http://docs.google.com>. (12 Oktober 2009).
- Hair, J. F. 1998. Statistik dasar pengelompokan dan penyajian data. http://www.ebwk_search_engine.com. (12 November 2009).
- Millenia, A. 2008. Strategi pemasaran berdasarkan product life cycle. <http://www.midas-solusi.com>. (14 oktober 2009).
- Mustang. 2009. Mengkaji program pencapaian populasi sejuta ekor sapi tahun 2013 di Provinsi Sulawesi Selatan. <http://www.mustang89.com>. (4 November 2009).
- Rukka, I. 2008. Tata niaga daging sapi semakin terdistorsi. <http://cetak.fajar.co.id>. (14 Oktober 2009).
- Simamora, B. 2001. Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora. 2002. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto. 2006. Operation Research. Jilid II. Jakarta: Erlangga.
- Sukirno S. 2005. Mikro Ekonomi Teori Pengantar (Edisi ketiga). Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Wilson B. 2007. Teori Ekonomi Mikro. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Yasinta. 2008. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pergeseran Kurva Permintaan. <http://buletinekonomi.blogspot.com>. (14 oktober 2010)